**2014年中国网络招聘行业现状分析**



【**研究结论】**

　　1. 在线招聘行业整体规模发展迅速，但思维模式依然较为传统；

　　2. 社交媒体招聘、猎头招聘和垂直领域招聘，在分食传统在线招聘市场；

　　3. 面对庞大的求职需求人群和需求更加精细化的企业用户，招聘网站需要尽快从广告型向服务型转型；

　　4. 在校教育公司可能是这个市场的潜在竞争者。

**序· 你到网上投简历了吗？**

　　2013年6月发布的《中国大学生就业报告》显示，2013届高校毕业生总体签约进程与上届相比明显下滑，本科毕业生签约率仅为35%，低于去年同期12个百分点。

　　数据尽管只提供参考意义，但确实反应中国应届毕业生就业市场的困境和潜在的巨大机会。网络招聘是互联网渗透传统行业最早的几个领域之一，海量的求职者开始放弃打印纸质简历，而转向在招聘平台进行网上简历填写和投递。只是在经历了最初阶段的新鲜和火爆后，似乎并没有持续对大学生招聘市场形成更多的创新和革命性改变；在另一方面，社招和高端人才招聘平台呈现更多元化的趋势，社交媒体、猎头网站是被看做时下更新潮和便捷的招聘方式。

　　如何把有限的工作岗位尽可能的推送到更广泛的求职者面前，尽量通过互联网实现招聘双方的信息透明和对等，是留给在线招聘行业的一道长期课题。接下来，我们将一同看一看，中国在线招聘市场到底发展如何。

**一· 中国网络招聘市场规模**

　　根据前程无忧的统计数据显示，2014年3月，全国网上发布职位数逾320万个，同比上涨31%。北上广深四大一线城市网上发布职位数超过150万个，几乎占据全国人才招聘市场五成的比例。越来越多的企业逐渐抛弃旧有的招聘渠道，转而投身在线招聘渠道。

　　相比于在线视频、旅游、电商和房地产等领域，招聘行业的规模仍然较小，按照艾瑞咨询此前的统计，到2015年整个网络招聘市场规模大概在50亿元左右。

**二· 网络招聘阵营**

**1. 传统网络招聘公司：前程无忧、智联招聘**

　　经过10多年发展，前程无忧和智联招聘的平台规模效应显现，广告收入和付费用户都在不断增长。智联招聘近日发布的招股说明书显示，截至2013年12月31日，注册用户总数达到7410万，数据库总拥有大约5440万份完整简历。

　　智联招聘提供的服务包括：在线招聘（分类的招聘职位、显示广告、简历使用权服务和其它在线服务）、校园招聘（选择大学、组织招聘活动、收集和管理简历、指导面试和测评）、在线和线下测评服务、其它与人力资源相关服务（猎头服务）。

　　相比新的网络招聘公司，传统招聘公司的优势在于，随着时间积累，留存用户越来越多，通过规模化效应获得广告收入和付费收入。

　　前程无忧2014第一季度总营收达到4.372亿元人民币，智联招聘2013年下半年的总营收5亿元。

**2. 新型招聘公司：猎聘网、拉勾网**

　　（1）猎聘网目前有注册用户1100万，猎头10万（70%通过认证，采用分级管理模式），预计今年20万家企业使用，目前11个分公司，每年营收超过3倍增长。猎聘网定位中高端人才，主要有三种用户：猎头、人才和企业。目前营收主要来源于B(企业方)、C(求职者)两方面，针对H(猎头)，猎聘网是免费的。猎聘网今年拿到C轮7000万美金融资。

　　（2）拉勾网是垂直于IT行业的招聘网站，模仿国外的Dice.com。前程无忧、智联招聘和国外Monster的模式类似。Dice.com在国外正在不断侵蚀Monster在IT领域市场份额。拉勾网拿到贝塔斯曼A轮500万投资。

　　（3）智联卓聘是智联招聘2013年11月推出的独立网站，以电商模式来做中高端招聘，把“评价、信用、交易信息等”展示到招聘平台中，形成 “3D简历”让求职者和猎头双方提高彼此沟通和判断的效率。智联卓聘推出半年以来，已有25000个猎头入驻，当前职位量9万。“3D候选人”已达 到100万，未来还会引入企业端入驻。

**3. 职业和商务社交网站：Linkedln领英、大街网、天际、人和、优士、若邻**

　　（1）数据显示，大街网2013年11月日均覆盖人数为92.6万，月度覆盖人数为1565.4万。除涉及基础平台、招聘之外，大街网还推出了人脉、圈子、技能等商务社交功能。大街网正在整体向移动化转型，推出基于微信系统架构、去除部分中介化、把招聘游戏化的产品。基于熟人关系介绍，调动员工的积极性，转发招聘模板到朋友圈，靠公司内部员工推荐人才。

　　（2）作为全球最大的职业社交网站，Linkedln在中国有约400万用户，定位于高端市场。LinkedIn中国由LinkedIn联手国内两家投资公司红杉中国和宽带产业基金共同成立。

　　B2C和B2B的模式结合。B2C业务为用户提供职业身份、工作机会和商业机会；B2B业务提供招聘、市场、销售的整套解决方案。

　　Linkedln领英推出本土化的产品和功能，比如跟微信深度的集成，微信的账号和Linkedln的账号进行深度绑定，Linkedln领英的名片在微信上，用户可以保存、分享自己的领英名片，

**4. 分类信息网站：赶集网、58同城**

　　（1）分类信息网站赶集网年初将重心转移到招聘，称目标是两年内实现15亿营收，超越前程无忧。在赶集网的收入排名中，招聘、房产与分类服务占据前三，招聘类收入已经超过房产广告，赶集网瞄准的正是中基层人群，主要以鲜花店、餐饮店等微型企业或个人为主，招聘信息则主要是保安、销售、前台等。

　　赶集网去年在招聘上的收入增速是180%，前程无忧的增速在10-15%，2013年全年有10.9亿人次通过赶集找工作，日均300万人。

　　（2）58同城和赶集类似，都是定位中低端人才招聘。在此之前，保安、服务员、小工这样的工作显然不是在线招聘的主流，因为他们的受众互联网化的程度并不高。但是移动互联网却改变了这样一种局面，越来越多的中低收入者开始接触到网络，从互联网获取免费的高价值服务的意识逐渐增强，而赶集、58这样的跨界者也开始努力地将这些人从边缘拉入在线招聘的市场当中，并根据现实情况对在线招聘本身的做出修正。

**5. 潜在竞争者：在线教育公司**

　　在线教育未来会影响到整个在线招聘行业，企业可能加强和在线教育培训机构的合作，找到一个能够源源不断培养出人才的平台，而且企业内部的每个部分都能够进行划分，与不同类型的在线教育平台合作。

　　同时，作为一个正在兴起的“热概念”，在线教育公司也需要不断扩展关联业务来让自己的故事更丰满。而在线招聘正是一个强相关的领域。

**三· 盈利模式**

　　1.传统模式：以流量换广告，并从大基数用户中争取小比例付费用户。企业客户购买的服务包括：基于平台上发布招聘职位和展示广告，以及在数据库总下载完整简历的数量。

　　2.猎聘网模式：营收主要来源于B(企业方)、C(求职者)两方面。针对H(猎头)，猎聘网是免费的。收入主要来自企业的付费和增值业务收入。

　　针对B(企业方)的收费模式，有职位发布、简历下载、雇主品牌(广告)，根据服务内容、周期(月度、季度、半年、一年)组合推出了不同的套餐。

　　针对C(求职者)，猎聘网推出了增值服务收费，比如简历置顶、群发简历、可以主动电话、私信联系猎头、HR等，有月度、季度、半年度、年度等4钟套餐。

　　3.分类信息网站：在线招聘业务的盈利延续了网站传统的模式，包括企业会员费、置顶和竞价排名等。

**四· 行业挑战**

　　1.传统招聘网站人口红利逐渐消失，很多依然在用“广告”模式做招聘做，服务意识较差。在美国，最早最大的招聘网站Monster股价从最高点跌去90%，收入和LinkedIn差不多，市值相差了30倍（Monster是6亿美金，LinkedIn是180亿美金）。

　　 2.信息依然不对称，简历得不到反馈，企业难以找到想要的人才。海量的简历数据库既是优势也是负担，由于缺乏好的数据挖掘技术支持，简历的精准筛选和实时更新都存在问题。

　　3.披着互联网外衣的传统思维依然占据主流，尽管在线招聘网站和更新兴的猎头网站和社交招聘平台，都已互联网模式自居，但除了利用互联网作为简历投放和对接的平台，在整个行业的信息处理和沟通中，依然更依赖于“人”的参与。尽管有包括利用微博关系链的纯技术类招聘产品出现，但并未得到太多的认可——整个行业的思维依然较为传统，需要找到能让用户求职需求和企业用工需求迅速匹配的更好方式。

　　 4.智联招聘等传统网站的营收增长依赖于全国性的销售和客户服务网络的支持，需要维持庞大的销售和客户服务团队。这样的企业架构虽然有利于线下业务拓展，但相比于互联网更擅长的轻模式，这样的规模依然显得较为沉重。